



Historia de la marca:

WAX nace en el año 2009 en la localidad de Benalmádena, provincia Málaga.

Su fundadora, Yuly Gómez tuvo la idea de crear una zapatilla novedosa, logrando una perfecta fusión entre un calzado tan ligero como unas chanclas, funcional como unas zapatillas y cómodo gracias a la incorporación de una plantilla anatómica.

Todas estas cualidades en un solo calzado, junto a sus exclusivos estampados y gamas de colores únicas hacen de las WAX unas zapatillas muy prácticas para llevar en cualquier momento del día.

WAX es una marca joven, llena de frescura y originalidad que a lo largo de su desarrollo ha mantenido siempre la esencia de la diferenciación que la ha hecho única.

La esencia de las zapatillas WAX:

- Diferentes
- Cómodas
- Prácticas
- Ecológicas

Cualidades:

Un calzado diferente, tan cómodas como unas chanclas pero con la funcionalidad de unas zapatillas.

Diseños clásicos y modernos con una gran variedad de colores. Sea cual sea tu forma de vestir, seguro que hay unas zapatillas WAX para ti.

Comodidad, la plantilla anatómica te ofrece un gran confort a lo largo del día. La suela ultra flexible y ligera solo pesa 120 gramos.

Prácticas en tus viajes, en la playa, en tu casa.

Ecológicas, utilizamos material 100% algodón, el EVA (goma elástica y esponjosa) que utilizamos en la plantilla es reciclable, en la empresa trabajamos de una forma responsable con el medio ambiente.

Inscripciones de patentes y marcas:

Los modelos de cada temporada están registrados como diseño industrial en la Oficina española de patentes y marcas desde el año 2010, a fin de que nuestros clientes y colaboradores dispongan de un producto único.

La marca WAX by Yuli's está registrada en la Oficina Española Patentes y Marcas y en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (comunidad europea)

Perfil del consumidor online:

En su mayoría Mujer.

Edad: Entre 30 y 45 años.

Nivel intelectual: con estudios universitarios.

Entorno familiar: casada y con hijos.

Situación geográfica: nuestros consumidores están por toda España, aunque se concentran principalmente Cataluña, Baleares, País Vasco, Madrid, Valencia y Andalucía.

Afinidades con la marca:

Le gusta crear su propio estilo vistiendo urbana, práctica y diferente.

Es una mujer madura por lo que conoce perfectamente lo que le sienta bien y no se deja llevar por la esclavitud de las tendencias, por lo que vive orgullosa de lo que elige creando así su propio estilo.

Valora en el calzado la comodidad para sus tareas diarias.

Se siente identificada con las marcas responsables con el medio ambiente.

Elige marcas con las que pueda comunicarse.

Respecto a su relación con WAX ellas les gustaría que sus hijos usaran este tipo de calzado.

Valoran en las zapatillas WAX su relación calidad/precio.

Evolución de la marca:

En el 2010 la distribución de las WAX se dirigió principalmente al Comercio Minorista especializado en material de surf, en ellas encontramos un nicho de mercado que se identificaba en ese momento con las zapatillas, siendo ésta la mejor forma para introducir un producto novedoso en el mercado español.

En el 2011 en un entorno totalmente cambiante y viendo el crecimiento exponencial de la venta online dirigimos parte de nuestra distribución a través de internet, con el objetivo de reducir márgenes de beneficios que al final redundan en el consumidor.

Como estrategia de marketing ampliamos nuestro mercado hasta llegar a tener el perfil del consumidor anteriormente mencionado.

En el 2012 el 70 % de la distribución se realiza a través de venta online y parte de nuestra venta en comercio minorista está comenzando a desarrollarse en Las Landas, zona al Sur de Francia, además de mantener nuestra venta en comercios especializados en España, localizados en distintas Comunidades Autónomas.

Competencia directa:

El diseño de las zapatillas WAX es único, por lo que sus productos no tienen competencia directa en el mercado, al no competir con otras marcas que lleven productos iguales.

Competencia indirecta:

Marcas que venden productos diseñados para ofrecer al consumidor cualidades similares tales como diseño, comodidad, ligereza, uso versátil y que al mismo tiempo compiten en un mercado similar. Las marcas que podemos identificar son:

- **Crocs** modelo de zapatilla “Lopro” P.V.P 60 euros.
- **Vans** modelo “clásico” P.V.P 70 euros.
- **Ugg** modelo “Marrah primavera 2013” P.V.P 100 euros.

Ventajas de WAX en España respecto a las marcas mencionadas:

- WAX es una marca española que al mismo tiempo provee directamente sus productos en España sin la necesidad de intermediarios tales como “los Distribuidores Oficiales” que tienen las marcas anteriormente mencionadas en el territorio español, siendo los precios de sus productos demasiado altos y los nuestros más adaptados a la economía del consumidor español.
- Los consumidores españoles exigen productos que le ofrezcan una mejor calidad/precio.
- A la hora de elegir marcas con productos similares tendrían como preferencia una marca española, sobre todo en tiempos de crisis de esta forma sienten que colaboran con la economía del país.
- Prefieren Marcas con las cuales se puedan no solo identificar, sino comunicar, esto es posible con empresas más pequeñas con las cuales podrían contactar hasta con los administradores.
- Se sienten tratados de forma exclusiva ya que muchas de las mejoras de la empresa han sido creadas contando con sus opiniones y sugerencias
- Valoran la diferenciación del producto, la comodidad, su uso versátil y el esfuerzo que hace la empresa por colaborar con el medio ambiente.